

**PENGARUH KONTEN AKUN INSTAGRAM @Kampung_Warna_Warni
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGUNJUNGI KAMPUNG
WISATA JODIPAN**

(Survey kepada pengunjung Kampung Wisata Jodipan)

SKRIPSI



oleh:

**Wira Jaya Kostrada
201210040311232**

Dosen Pembimbing :

**Zen Amirudin, S. Sos, M.MedKom
Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv**

ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2019

**PENGARUH KONTEN AKUN INSTAGRAM @Kampung_Warna_Warni
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGUNJUNGI KAMPUNG
WISATA JODIPAN**
(Survey kepada pengunjung Kampung Wisata Jodipan)

Diajukan Oleh :

Wira Jaya Kostrada
201210040311232

Telah disetujui
Pada hari Selasa, 30 Juli 2019

Pembimbing I



Zen Amirudin, M.Med.Kom

Pembimbing II



Isnani Dzuhrina, M.Adv.



Wakil Dekan

Dr. Ryah Estu Kurniawati, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, M.Si

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Wira Jaya Kostrada

201210040311232

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Kesejahteraan Sosial

Pada hari Sabtu, 30 Juli 2019

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Nurudin, M.Si.**
2. **Radityo Widiatmojo, M.Si.**
3. **Zen Amirudin, M.Med.Kom**
4. **Isnani Dzuhrina, M.Adv.**

()
()
()
()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Estu Kurniawati, M.Si

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Wira jaya Kostrada
Tempat, tanggal lahir : Malang, 9 oktober 1994
Nomor Induk Mahasiswa : 201210040311232
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Komunikasi

Menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) dengan judul:

PENGARUH KONTEN AKUN INSTAGRAM @Kampung_Warna_Warni
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGUNJUNGI KAMPUNG WISATA
JODIPAN (Survey kepada pengunjung Kampung Wisata Jodipan)

Adalah bukan karya tulis ilmiah (skripsi) orang lain,, baik
sebagianataupunseluruhnya, kecualidalambentukutipan yang
telahsayasebutkansumbernyadenganbenar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya dan apabila
pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan
ketentuan yang berlaku.

Malang, 15 Juli 2019

Yang Menyatakan,



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Alhamdulillahahirabbil'alamin, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Terpaan Akun Instagram @kampung_warna_warni Terhadap Minat Masyarakat Mengunjungi Kampung Wisata Jodipan (Survey Kepada Pengunjung Kampung Wisata Jodipan)." Sholawat serta salam saya junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, karena berkat-Nya saya dapat kemudahan, landasan serta tuntunan untuk beribadah kepada Allah SWT.

Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Program Studi Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bantuan, bimbingan, nasihat, dan dorongan dari berbagai pihak, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik

Peneliti juga menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulisan skripsi ini dapat berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan kedepan.

Malang, 16 July 2019

Penulis



Wira jaya Kostrada

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. <i>New Media</i>	8
B. Minat	13
C. Pariwisata	15
D. Landasan Teori (Teori S-O-R)	17
E. Kerangka Konseptual	19
F. Hipotesis.....	19

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	21
B. Metode Penelitian	21
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
D. Kerangka Konsep.....	22
E. Definisi Operasional	23
F. Populasi dan sampel	24
G. Teknik Pengumpulan Data	25
H. Validitas dan Reliabilitas	27
I. Analisis Deskriptif.....	30
J. Analisis Data.....	30

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Media Sosial Instagram.....	35
B. Gambaran Umum Kampung Wisata Jodipan	37

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data Responden.....	44
B. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	45
C. Analisis Data Kuesioner	48
D. Analisis Data.....	61
E. Pembahasan	64

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA.....	69
---------------------	----

LAMPIRAN	72
----------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data akun Instagram Kampung Wisata di kota Malang	5
3.1 Blueprint Alat Ukur Terpaan Akun Instagram	27
3.2 Blueprint Alat Ukur Minat Masyarakat	27
3.3 Tabel Reliabilitas	30
5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
5.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	44
5.3 Hasil Uji Validitas Skala Konten	45
5.4 Hasil Uji Validitas Skala Konten (Item Valid)	46
5.5 Hasil Uji Validitas Skala Minat	46
5.6 Hasil Uji Validitas Skala Minat (Item Valid)	47
5.7 Hasil Uji Reliabilitas	47
5.8 Presentase responden akun @kampung_warna_warni mendapat banyak like dalam setiap unggahannya	48
5.9 Presentase responden foto yang ada didalam akun @kampung_warna_warni variatif dan memberikan banyak pilihan tujuan bagi pengguna instagram	48
5.10 Presentase responden caption yang digunakan dalam akun @kampung_warna_wanri membantu pengguna instagram untuk mendapat informasi \.....	49
5.11 Presentase responden caption yang ada pada foto yang diunggah di akun @kampung_warna_warni membuat pengunjung akun merasa penasaran untuk datang dan melihat langsung	49
5.12 Presentase responden akun @kampung_warna_warni menggunakan simbol hashtag (#) untuk memudahkan pencarian foto	50
5.13 Presentase responden banyaknya jumlah like dalam unggahan akun @kampung_warna_warni menandakan kepopulerannya	50
5.14 Presentase responden kualitas foto yang mendapat repost adalah foto yang benar-benar menarik perhatian	51
5.15 Presentase responden akun @kampung_warna_warni selalu menjaga sisi estetika akun mereka	51

5.16	Presentase responden caption yang digunakan di akun @kampung_warna_warni bersifat ramah untuk segala usia.....	52
5.17	Presentase responden saya aktif memberikan like pada unggahan akun @kampung_warna_warni.....	52
5.18	Presentase responden hashtag yang digunakan oleh akun @kampung_warna_warni mudah diingat.....	53
5.19	Presentase responden akun @kampung_warna_warni konsisten dalam menjaga tema foto yang diunggah	53
5.20	Presentase responden caption yang digunakan oleh @kampung_warna_warni bersifat persuasif bagi orang yang belum pernah mengunjungi kampung tersebut.....	54
5.21	Presentase responden akun @kampung_warna_warni membuat saya tertarik untuk berkunjung dan terlibat langsung dalam menikmati keindahan selayaknya yang ada di foto	54
5.22	Presentase responden akun @kampung_warna_warni memberikan <i>caption</i> dalam foto yang memudahkan saya untuk mempersiapkan apa yang perlu untuk dibawa ketika berkunjung	55
5.23	Presentase responden akun @kampung_warna_warni membuat saya ingin segera mengunjungi kampung warna warni Jodipan, Malang.....	56
5.24	Presentase responden saya merasa kunjungan ke Kampung Warna Warni dapat menambah wawasan saya.....	56
5.25	Presentase responden informasi tentang Kampung Warna Warni membuat saya memiliki pengetahuan tentang kebudayaan Kota Malang.....	57
5.26	Presentase responden saya merasa ingin melakukan aktifitas yang menyenangkan untuk saya di Kampung Warna-Warni	57
5.27	Presentase responden isi akun @kampung_warna_warni dapat menjadi rujukan bagi wisatawan luar Malang	58
5.28	Presentase responden saya merasa akun @kampung_warna_warni dapat memberikan gambaran apa saja kegiatan yang dapat dilakukan disana.....	58
5.29	Presentase responden saya pernah ditanya oleh teman mengenai kampung Warna-warni karena mereka tertarik setelah melihat melalui instagram	59
5.30	Presentase responden saya merasa keingintahuan mengenai sejarah kampung Warna-warni timbul sejak adanya tempat tersebut.....	59
5.31	Presentase responden saya tertarik untuk melakukan aktifitas seperti jogging atau berolahraga pagi sambil menikmati keindahan Kampung Warna-warni	60
5.32	Presentase responden saya suka ketika melihat tingginya minat berkunjung ke Kampung Warna-warni setelah melihat dari Insatagram	60
5.33	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	61
5.34	Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara yang Datang ke Jawa Timur Melalui Pintu Masuk Juanda tahun 2015-2017.....	4
2.1 Bagan Model S-O-R.....	18
2.2 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian.....	19
3.1 Tabel <i>r</i> -Pearson <i>Product Moment</i>	28
4.1 Logo Instagram	35
4.2 Akun Instagram @Kampung_Warna_Warni.....	36
4.3 Peta Wilayah Kelurahan Jodipan	37
4.4 Kampung Wisata Jodipan.....	40

DAFTAR PUSTAKA

- Arens, William F., David H. Schaefer, dan Michael Weigold. 2009. *Essencial of Contemporary Advertising*. New York: MC. Graw Hill.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan. Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Azwar, Saifuddin. 2008. *Sikap manusia: Teori dan pengukurannya (Edisi 4)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Boyd, D., & Ellison, N. 2008. *Social Network Sites Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus. Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana penerbit Media.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik dan serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya (Edisi 2)*. Jakarta: Kencana.
- Crosbie, V. 2002. *What is New Media?*. USA: Peter Lang Publishing.
- Diamond, Stephanie. 2015. *The Visual Marketing Revolution: 20 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Feriyani, Betha dan Ahyani Radhiani Fitri. 2011. *Jurnal Psikologi Vol: 7 No: 2*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Flew, Terry. 2005. *New Media: An Introduction*. UK: Oxford University Press.
- Gautama, F.A. 2018. *Skripsi: Pengaruh Instagram Explore Malang terhadap Minat Traveling*. Malang: UMM Press.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS-20*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Hadi, Sutrisno. 2000. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Juju, Dominikus dan Feri Sulianta. 2010. *Branding Promotion with Social Network*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kurniawan, Puguh. 2017. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh; Kompetensi*, Vol.11, No.02.
- Larasati, A.P 2013. *Jurnal: Pemanfaatan Facebook Perpustakaan-Studi deskriptif Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) di Kalangan Anggota Facebook Perpustakaan Kabupaten Sidoarjo*. Surabaya: Unair Press.
- Mayfield, Antony. 2008. *What is Social Media?*. London: iCrossing.
- Mulyadi. 2010. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nawawi, H. 1995. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: UGM Press.
- Nisrina, M. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex. Komputindo.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Metode penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja.
- Ride, Peter dan Dewdney Andrew. 2006. *The New Media Handbook*. New York: Routledge.
- Sarwono, Sarlito W. 2006. *Psikologi Sosial; Individu dan Teori-teori Psikologi social*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Schiffman, Leon, dan Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Indeks.
- Singarimbun, M dan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PR Pustaka LP3ES
- Simamora, Bilson. 2003. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. 2010. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Slameto. 2007. *Pembelajaran Aktif (Active Learning)*. Salatiga : BK FKIP. UKSW.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Suharyadi dan Purwanto. 2011. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.

Sumarsono, Sonny. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wahab, Salah. 2003. *Industri Pariwisata dan Peluang Kesempatan Kerja*. Jakarta: PT Pertja.





Program Studi Ilmu Komunikasi
TANDA TERIMA
PLAGIASI

Nama : Wira Jaya K.

NIM : 2012 - 232

Hasil Plagiasi : Bab I ~~14~~ 19 % Bab IV ~~14~~ 19 %
Bab II ~~14~~ 19 % Bab V ~~14~~ 15 %
Bab III ~~14~~ 14 % Bab VI ~~14~~ 14 %



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 9 Juli 2019
Admin Plagiasi Prodi

M. Dasuki /Diyah